

УДК 004+659.4

ББК 60.524

## **ПРОФЕССИЯ «ВИДЕОБЛОГЕР»: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ**

**Суворова, А.С.**

*студентка 3 курса  
Уральский федеральный университет  
имени первого президента Б. Н. Ельцина  
г. Екатеринбург, Россия  
[anastasia\\_suvorova97@mail.ru](mailto:anastasia_suvorova97@mail.ru)*

## **PROFESSION "VIDEOBLOGGER": MYTH OR REALITY**

**Suvorova A.**

*Third year student  
Ural Federal University  
Of the first President BN Yeltsin  
Yekaterinburg, Russia  
[anastasia\\_suvorova97@mail.ru](mailto:anastasia_suvorova97@mail.ru)*

### **Аннотация**

В данной статье анализируется такое явление, как блогинг, его история, характеристика, особенности явления а также перспективы развития. В настоящее время современное информационное общество, невозможно представить без интернет-коммуникаций. Интернет-технологии дают возможность большому количеству людей создавать свои каналы и контент для своих блогов. Блоги могут быть представлены и как единая социальная сеть, и как дополнительная функция основной социальной сети. Особо актуален сегодня формат блога в видеоформате. Videоблогинг — явление относительно недавнее. Но это стремительно развивающееся направление буквально захватило умы многих пользователей интернет-сети.

Сегодня видеоблог-это сфера, которая может вносить ценности и нормы. Она становится виртуальной моделью мира, которая является

значимой частью личностной модели мира активного пользователя Интернет-ресурсов

Уже в скором времени можно с уверенностью утверждать, видеоблоги станут активным игроком как на рынке информации, постепенно заменяя признанного лидера – телевидение, так и смогут войти на трудовой рынок, став официальной профессией.

### **Annotation**

In this article, a phenomenon is analyzed, such as blogging, its history, characteristics, features of the phenomenon and prospects for development. At present, the modern information society can't be imagined without Internet communications. Internet technologies allow a large number of people to create their own channels and content for their blogs. Blogs can be presented as a single social network, and as an additional function of the main social network. Especially relevant today is the format of the blog in the video format. Videoblogging is a relatively recent phenomenon. But this rapidly developing direction has literally captured the minds of many Internet users.

Today, a video blog is an area that can contribute values and norms. It becomes a virtual model of the world, which is an important part of the personal model of the world of the active user of Internet resources

Already in a short time it can be confidently asserted that videoblogs will become an active player in the information market, gradually replacing the recognized leader - television, and will be able to enter the labor market, becoming an official profession.

**Ключевые слова:** Информационное общество, информация, интернет, блог, блогосфера , видеоблог, видеоблогер, контент, аудитория.

**Keywords:** Information society, information, Internet, blog, blogosphere, video blog, video blog, content, audience.

В конце XX - начале XXI вв. в технологически развитых странах мира наметились пути перехода к информационному обществу. В научной литературе в качестве таковых выделяют: компьютеризацию, расширение доступа граждан к информационным ресурсам общества, возрастание доли информационных услуг и компьютерных технологий в валовом внутреннем продукте.

Информационное общество - это высший и наиболее развитый этап современного общества. Техника, технология, человеческая деятельность здесь ориентированы на генерирование и оптимизацию информации. В информационном обществе всякий субъект (человек, группа и т. д.) в любое время и в любом месте сможет получить за плату или бесплатно любую информацию по интересующему его личному или общественно значимому вопросу. Главными путями в получении и доступе информации являются спутниковая связь, сотовая связь и Интернет.

В настоящее время именно глобальная сеть Интернет играет важную роль в жизни любого современного человека.

Интернет активно включился в деятельность общества и за сравнительно небольшой период существования и оказался задействованным во всех сферах общества.

В условиях Интернета пользователи могут участвовать в производстве и обмене информацией, в том числе и между собой.

Если говорить об общемировых тенденциях использования Интернета, можно отметить тот факт, что на первое место по степени пользования выходят социальные сети. Т.е. социальные сети являются сегодня одними из самых посещаемых ресурсов в мировом Интернете.

Социальные сети, как специфическая форма реализации социальной коммуникации в Интернет-пространстве, появились сравнительно недавно. Однако очень быстро они пережили социальный бум и стали обычным явлением. Сейчас социальных сетей во всемирной паутине огромное количество и они постоянно растут и развиваются, как качественно, так и количественно.

В широком смысле социальная сеть (термин введен в оборот социологом Дж. Барнсом в 1954 г.) - это социальная структура, состоящая из множества агентов (индивидуальных и коллективных) и отношений между ними.[3]

В узком смысле. Социальная сеть - платформа, онлайн сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений. [14]

Общим свойством всех социальных сетей является то, что они функционируют по схожему признаку: они имеют профиль, в который пользователь может занести данные о себе, позволяют создавать список друзей, чьи посты пользователь может просматривать (так называемая френдлента), а также просматривать список контактов других пользователей и устанавливать связь с ними.

Но среди социальных сетей в Интернете выделяется сеть, популярность которой растет с огромной скоростью. Речь идет о блогах как популярном способе взаимодействия пользователей сети Интернет.

Термин «блог» был создан путем сокращения слова «веблог» (англ. weblog – «сетевой бортовой журнал»). Это было сделано Питером Мерхольдзом, который в апреле 1999 разместил в боковой врезке своего блога Peterme.com фразу «weblog» (что можно перевести как «мы ведем блог»). Термин «веблог» был создан Йорном Баргером 17 декабря 1997 года

для описания списка ссылок на его сайте RobotWisdom.com. Эти ссылки были своего рода записями в бортовом журнале (англ. log) виртуального путешественника – по аналогии с бортовыми журналами на кораблях.

Итак, блог (сокр. от англ. weblog) – это информационно наполненный дневник, одна из форм авторского проекта. Авторы веблогов (блогеры), как правило, пишут о том, что с ними происходит, высказывают свои мнения по поводу тех или иных политических, экономических, социальных и культурных событий, а также комментируют публикации, связывая их гиперссылками с источником.

Наиболее влиятельные блогеры – это те пользователи сети интернет, кто не только публикует информацию о фактах или событиях у себя на странице, но еще и помогает своим читателям находить достоверную информацию в сети. Они осуществляют это с помощью гиперссылок со своих блогов к адресам других веб-страниц и постов.

Главные преимущества блогов, как источников информации в том, что они уже сейчас формируют определенное общественное мнение, а новости в них появляются намного оперативнее, нежели чем в официальных источниках и средствах массовой информации.[2]

Блог, как проявление сетевого дневника основное содержание которого представляло регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа явилось Предшественником видеоблога. Видеоблогинг – это разновидность блога, где акцент делается на видеоинформацию. [1]

Основоположником видеоблогинга считается американец Адам Контрас, который впервые опубликовал видеозапись в своем текстовом онлайн-блоге еще в январе 2000 года. Тогда американец Адам Контрас отправил в свой блог видеосообщение для своей семьи и друзей, информирующее их о том, что он едет через всю страну в Лос-Анджелес в поисках шоу-бизнеса. Именно эта запись в блоге Контраса стала родоначальником такого явления

как видеоблоггинг, ведь она была первым сообщением подобного рода. В настоящее время Адам Контрас продолжает публиковать такие записи, а его видеоблог по праву считается старейшим и самым продолжительным в мире.[7]

В России первым русским видео на YouTube стал клип Петра Налича на песню Guitar в 2007 году. Однако стоит отметить, что это единичное видео – ещё не видеоблоггинг. Первые видеоблоги в России появились несколько позже, в 2008 году, при непосредственном участии И. Мэддисона и Д. Камикадзе-Ди Иванова. Камикадзе-Ди снимал сатирические ролики о политике, а Мэддисон – сосредоточил внимание на «достижениях» разработчиков отечественных видеоигр.[5]

Таким образом, в отечественном интернет-контенте блог как жанр интернет-коммуникации появился более десяти лет назад. Изначально он практически полностью представлял собой гипертекст и функционировал в виде выборки ссылок с призывом блогера обратить на них внимание.

Итак, первые видеоблоги стали возникать в 2000 году, но массовый характер это явление приобрело в связи с развитием видеохостинга YouTube, созданного в 2005 году.[10] В это время наблюдается резкий рост численности видеоблогов. Спустя некоторое время после его создания, к серверам хостинга стали обращаться около 13 миллионов пользователей, которые просматривали 70 миллионов видеороликов в день. Так данная платформа позволила любому человеку, имеющему камеру и доступ к Интернету снимать и выкладывать видео в сеть. Чаще всего рядовыми пользователями выкладываются фрагменты их жизни, снятые на мобильный телефон или на обычную бытовую видеокамеру. Конечно, качество многих этих роликов оставляет желать лучшего, однако, как ни удивительно, именно это и подкупает зрителей. Они могут наблюдать за кусочками реальной жизни других людей, а не смотреть отредактированные телесюжеты. И по сей день YouTube является основной платформой видеоблоггинга, удобной,

как и для самих видеоблогеров, так и для их зрителей. [4] В качестве наиболее распространенных платформ ведения видеоблогов, помимо YouTube, можно выделить Instagram, Vimeo и др.

Несмотря на высокую популярность, общепринятого определения у явления «видеоблогинг» не существует. Если рассмотреть слово с точки зрения этимологии, то становится ясно, что в общем, под этим понятием подразумевается блог, представленный в видеоформате. Авторы, изучающие данный вопрос под видеоблогом понимают персональный сайт (аккаунт) интернет-пользователя или их группы, которые регулярно выкладывают преимущественно видеозаписи. [8]

Также ведение видеоблога подразумевает диалог со зрителями, получение обратной реакции в форме комментариев, «лайков/дизлайков». Каждый видеоблог имеет свою особую аудиторию, которая, по мнению экспертов, растет буквально с каждым днем. Наличие большой интернет-аудитории, в некоторых случаях до миллионов зрителей, является главной отличительной чертой нового вида личных дневников в формате видеоблога. Число подписчиков большинства блогеров на хостинге YouTube возрастает в арифметической прогрессии и это происходит во многом потому, что современный мир ориентирован, преимущественно, на визуальное восприятие информации. [12] Аудитория предпочитает смотреть яркое и красочное видео, нежели читать обыкновенный текст статьи на ту, или иную интересующую их тему. Является ли это основной причиной популярности видеоблогинга? Чем же еще привлекателен видеоблогинг для современного человека? На эти вопросы существует много дискуссий, но вот основные позиции, на мой взгляд, которые могут привести во включение его в реестр профессий.

В первую очередь, авторов видеоблоггинг привлекает и как хобби, и как работа. Это не только перспективное направление, но и откровенно

увлекательное. На рост популярности видеоблогов для зрительской аудитории оказывает влияние тот факт, что сами авторы видео стараются сделать своё творчество максимально близким и интересным для потенциальной зрительской аудитории. Не скованные какими-либо рамками, современные видеоблогеры выбирают для своих видео нетривиальные, скандальные или, напротив, лёгкие и позитивные темы; оснащаются технически (покупают дорогую аппаратуру для улучшения качества видео); работают над собственной речью и т. д. Многие блогеры отражают чье-то субъективное мнение, некоторые все же публикуют настоящие новости или представляют собой оригинальный взгляд на события. В этом выражается открытость сферы видеоблогинга. [9]

Современные Интернет-площадки, в большинстве случаев защищенные от цензуры, позволяют реализовывать на своих просторах огромное количество творческих проектов: это могут быть короткометражные видеозарисовки; интервью с личностями, известными в узких кругах; игровые видео, видео-уроки; личные истории, записанные на видео и т. д. [4] Занятие видеоблогингом предоставляет человеку возможности для самореализации и самопрезентации: видеоблогер может вполне открыто говорить о политических и социальных проблемах, о своих убеждениях. Авторы видео стараются сделать своё творчество максимально близким и интересным для потенциальной зрительской аудитории. Это влияет на рост популярности видеоблогов для зрительской аудитории. [13]

Развитие видеоблога говорит о наличии постоянно расширяющейся аудитории. Безусловно, ее возрастные показатели обусловлены в первую очередь содержанием и тематикой контента. Videоблогинг может предложить зрителю практически неограниченные вариации контента, чего не встретишь на телевидении или радио. Широта и занимательность предлагаемого круга тем вызывают предсказуемый устойчивый интерес пользователя, переводя последнего из числа «случайных» зрителей в группу



подписчиков. С целью расширения круга потенциальных адресатов многие авторы организуют встречи со своими подписчиками. Популярными становятся прямые трансляции видеоблогеров, во время которых они общаются со зрителями и отвечают на вопросы. Создаются «коллаборации» – совместные проекты одного или нескольких видеоблогеров, что вызывает удвоенный интерес со стороны подписчиков каждого из авторов. Набрав определенное количество подписчиков и просмотров в блоге начинается процесс монетизации, т.е. блогер начнет зарабатывать деньги. Вокруг блога формируется прибыльная отрасль, ее составляющими являются: число подписчиков, просмотры роликов. Так, видеоролики известных видеоблогеров набирают миллионы просмотров, а доход некоторых составляют до нескольких сотен тысяч рублей в месяц. Также в основу коммерциализации видеоблогинга составляет реклама: популярные видеоблогеры заключают с производителями товаров и услуг контракты, цена которых порой доходит до нескольких сотен тысяч рублей. [6]

Ведение видеоблогов на YouTube.com имеет и оттенок соревновательности: видеоблогеры борются за количество просмотров их видео, за число подписчиков – зарегистрированных пользователей, желающих получать обновление видеоленты любимого видеоблогера, за место в общем рейтинге каналов. Пользователи могут поставить отметку под видео – «нравится» или «не нравится», что является для видеоблогера маркером отношения зрителя к его контенту и воспринимается некоторыми как показатель статуса автора.

Обобщая эти факты, можно сказать, что популярность видеоблогинга обусловлена такими факторами, как: свобода от цензуры, возможность коммуникативной самореализации и одновременно коммерциализации своего хобби, возможность пропаганды собственных идей и ценностей; открытость для любого пользователя, тематическое разнообразие.

Отражением популярности жанра видеоблога является «Видфест» – всероссийский национальный фестиваль видеоблогеров, проводящийся с 2015-го года в Москве и Санкт-Петербурге. Ежегодно он собирает десятки тысяч человек, желающих увидеть любимого видеоблогера и пообщаться с ним. Также в рамках фестиваля при поддержке YouTube проводится первая российская премия в области видеоблогинга «Лайк». [11]

Популярные авторы выходят за рамки Интернет-площадок, появляются на телевидении, в кино, становятся общественными и культурными деятелями, что ещё увеличивает интерес аудитории к видеоблогингу.

Таким образом, развитие Интернет-технологий привело к тому, что видеоблогинг как явление набирает всё большую популярность среди представителей различных социальных групп. Популяризация видеоблогинга становится основой процесса формирования целого культурного пласта с уникальными особенностями и траекториями развития. Так, сегодня уже можно с уверенностью говорить о появлении целой субкультуры видеоблогинга, обладающей всеми характеристиками «традиционной субкультуры»: устоявшимися образцами поведения, специфическим мировоззрением, сленгом и ценностями.

Сфера видеоблогинга становится виртуальной моделью мира, которая является значимой частью личностной модели мира активного пользователя Интернет-ресурсов.

Подводя итоги, еще раз стоит отметить, что видеоблогинг – явление относительно новое и молодое. Но, несмотря на свой возраст, профессия видеоблогера уже сейчас считается одним из наиболее популярных видов интернет заработка. Аудитория осваивает этот новый формат развлечения и получения информации с огромным успехом. Следовательно, можно с уверенностью утверждать, что довольно в скором времени видеоблоги станут

активным игроком как на рынке информации, достойно конкурируя с признанным лидером – телевидением, так и на трудовом рынке, став официальной профессией.

### Список литературы

1. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: wikipedia.org
2. Волохонский В. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet / под ред. В.Л. Волохонского, Ю.Е. Зайцевой, М.М. Соколова. СПб., 2007. С. 117-131.
3. Губанов, Д. А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. - М.: Изд-во физико-математической литературы, 2010. - 228 с.
4. Захарченко А.В. Видеохостинг YouTube. Энциклопедический Фонд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: russika.ru
5. Критика – один из самых интересных жанров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: itvcom.ru/programs/razdvoenie/maddyson
6. Мартьянова Н.А. Социологический анализ интернет-субкультуры: на примере бьюти-блогеров [Текст] / Н.А. Мартьянова // Тр. С.-Петерб. гос. ун-та культуры и искусств. – 2015. – Т. 206. – С. 328-333.
7. Рамин Ю.В. Словарь слов и терминов Интернета: Влогблог. – М., 2013.
8. Рахвалова Н. А. Блогосфера как средство самовыражения молодого человека [Текст] / Н.А. Рахвалова // Вестник БГУ. – 2010. – №14. – С.91-95.
9. Рахвалова Н.А. Блогосфера как средство самовыражения молодого человека // Вестник Бурятского государственного университета. 2010. № 14. С. 91-95 ; Российский видеоблогинг 2015 ...

10. Российский видеоблогинг 2015. Роль и значение в коммуникациях в цифровой среде [Электронный ресурс]. М., 2015. URL: <http://www.polylog.ru/a/pdf/2015-06-09-vlogging-analysis.pdf> (дата обращения: 10.08.2017).
11. Российский видеоблогинг 2015. Роль и значение в коммуникациях и цифровой среде. – М.: ООО Агентство «Полилог», 2015.
12. Столяров А.И., Чурилина Л.Н. Современный видеоблогинг: причины популярности // научное сообщество студентов ххi столетия. гуманитарные науки: сб. ст. по мат. LX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 12(60). URL: [https://sibac.info/archive/guman/12\(60\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/12(60).pdf) (дата обращения: 22.02.2018)
13. Текутьева И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга [Текст] / И.А. Текутьева // Медиасреда. – 2016. – №11. – С.107-113.
14. Boyd, D. M. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship / D. M. Boyd, N. B. Ellison // Journal of Computer-Mediated Communication. - 2008. - № 13.